

**ESTRATEGIA PARA LA APLICACIÓN DEL
CONTRATO DE COSTA**

**CONTRATO DE COSTA PARA UN
TURISMO SOSTENIBLE EN
LOS MUNICIPIOS COSTEROS DE
ANDALUCÍA**



Roadshow Málaga, 22 de febrero 2019

DICIEMBRE 2019

ESTRATEGIA PARA LA APLICACIÓN DEL CONTRATO DE COSTA. CONTRATO DE COSTA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LOS MUNICIPIOS COSTEROS DE ANDALUCÍA

Contenido

1. Introducción: El proyecto COASTING.....	3
2. Metodología para la elaboración de la Estrategia para la aplicación del Contrato de Costa.....	5
2.1. Enfoque Regional del Contrato de Costa en Andalucía y selección de áreas piloto. 8	
2.2. Análisis del Contexto.....	9
2.2.1. Marco regulatorio	9
2.3. Proceso participativo de partes interesadas.....	14
2.3.1. Mapeo de Partes Interesadas.....	14
2.3.2. Roadshows.....	17
2.4. Estrategia para la aplicación del Contrato de Costa para un Turismo sostenible. 19	
2.5. MoU - Memorándum sobre Gestión Integrada de Zonas Costeras para un Turismo Sostenible	20
3. La Estrategia para la Aplicación de un Contrato de Costa a Nivel Regional.....	22
3.1. Análisis regional: Andalucía.	22
3.2. Buenas practicas.....	22
3.3. Análisis del contexto regional.....	29
3.3.1. Marco Regulatorio	29
3.4. Proceso Participativo de partes interesadas a nivel regional.	30
3.5. Estrategia para la aplicación del Contrato de Costa a nivel regional.	33
3.5.1. Plan de Acción Regional.	33
3.5.2. Fichas de actuaciones	37

1. Introducción: El proyecto COASTING.

Los entornos costeros europeos se entienden como espacios diversificados que soportan, en muchos casos, una actividad antrópica muy elevada, ejerciendo una presión sobre los recursos naturales y la biodiversidad de estos espacios. El proyecto COASTING aborda el desarrollo de una herramienta de gobernanza multinivel en zonas costeras que cuentan con importantes valores naturales, pero que también se enfrentan al desarrollo de un turismo incipiente que puede comprometer la conservación de su patrimonio natural.

COASTING pretende construir una estrategia territorial común que integre la gestión de estos espacios. El proyecto ha sido aprobado en el marco del programa Interreg MED 2014 – 2020, está cofinanciado con fondos FEDER y se desarrolla durante un periodo de 24 meses. El proyecto está liderado por la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP) y además participan otros siete países del Mediterráneo europeo:

- Región de Lazio - Italia.
- Comité Regional de Gozo - Malta
- Universidad Sapienza de Roma, Departamento PDTA - Italia.
- Área Metropolitana de Aix Marsella Provenza - Francia
- Agencia de Desarrollo Regional de Dubrovnik Neretva (DUNEA) - Croacia
- Región de Epiro, Unidad Regional de Thesprotia - Grecia.
- Región de Sicilia – Italia.

Gracias a la participación de la FAMP en este proyecto, se profundiza en la resolución de los problemas derivados del modelo turístico tradicional de los municipios andaluces y todos los condicionantes que éste supone para el territorio. Esta situación, unida al proceso de globalización, impone la necesidad de desarrollar un nuevo modelo turístico basado en la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente. Este reto queda recogido en la Estrategia Local de Turismo Sostenible (2010), centrada en la creación de estrategias

turísticas locales basadas en el respeto y la conservación del medio natural y cultural. También es de destacar en este ámbito la creación por parte de la FAMP de la Red de Ciudades Sostenibles de Andalucía (RECSA) y la Red de Municipios contra la Estacionalidad Turística (RMET).

COASTING brinda la oportunidad de profundizar en la generación de herramientas que permitan el desarrollo de un proceso de gestión sostenible del turismo que reduzca la estacionalidad y potencie las singularidades de los destinos costeros andaluces.

El proyecto se articula sobre un proceso continuo, representado mediante el examen de iniciativas precedentes, que sistematizan los conocimientos y permiten que los resultados puedan ser consultados a lo largo del tiempo.

El objetivo principal de todo el proceso es el de mejorar la eficacia de las herramientas de gobernanza multinivel existentes para la gestión de los espacios costeros, permitiendo un turismo sostenible en el área mediterránea. Al tratarse de un proyecto basado en un partenariado europeo, cada socio activa sinergias con el resto promoviendo la cooperación, aprovechando sus experiencias previas y compartiendo soluciones de cara a la gestión responsable de zonas costeras.

Para abordar este objetivo, la implementación de la herramienta de gobernanza multinivel incluye un proceso de participación en las áreas piloto seleccionadas, que responden a la precisión de una serie de características y cuya metodología se basa en los Contratos de Costa.

2. Metodología para la elaboración de la Estrategia para la aplicación del Contrato de Costa.

COASTING pone especial atención en las zonas costeras mediterráneas, concretamente en aquellas que cuentan con un destacado valor ambiental que se ve comprometido por el crecimiento del sector turístico. Así, el proyecto desarrolla una metodología compartida que se centre en la mejora de la cualificación y el mejor uso de los recursos naturales, además de favorecer los procesos de participación social y el desarrollo de un marco coherente para la gestión y recuperación de zonas costeras. Con ello, se pretende incrementar la coordinación entre administraciones, que repercuta positivamente en el desarrollo y mantenimiento de un turismo sostenible y responsable en el área mediterránea.

Estos planteamientos serán abordados por medio de un enfoque integrado, poniendo en relación indicadores ambientales, socio-económicos, educativos y de infraestructuras, que combinados entre ellos favorecen el desarrollo de una metodología común que permite mantener un turismo sostenible con el medio ambiente.

La metodología desarrollada en COASTING es la basada en los Contratos de Costa, puestos en marcha para organizar un proceso participativo a través de sesiones de trabajo. El Contrato de Costa es una herramienta de gestión y participación que surge en Francia en torno a 1990, como medio para restaurar, mejorar o conservar una costa a través de una serie de acciones concertadas por todos los usuarios y por las administraciones públicas correspondientes.

El Contrato de Costa parte de un enfoque contractual y asociativo (público-privado) que permite la puesta en marcha de un acuerdo integral. Es necesario aquí involucrar a los actores locales para que desarrollen un diagnóstico compartido y una definición de objetivos comunes para mejorar la coherencia y la eficiencia de acciones e implementar soluciones colectivas.

La experiencia previa que sirve como ejemplo para capitalizar en el marco del proyecto COASTING, es la desarrollada en Marsella, que cuenta con un Contrato de Bahía firmado en 2015 por la Ciudad de Marsella y el Área Metropolitana de Aix-Marsella-Provenza (organización socia del proyecto COASTING), con el compromiso de 55 actores movilizados. Esta experiencia aborda un gran número de temáticas como la reducción de la contaminación doméstica e industrial, la restauración de medios naturales, la gestión de usos náuticos, la restauración del curso de agua, etc. El Contrato de Bahía facilita una orientación medioambiental desarrollada con el fin de abordar la protección y mejora de la calidad medioambiental en el territorio delimitado, siendo desarrollado gracias a la participación de agentes locales que apuestan por la mejora de la calidad de las aguas de baño y del medioambiente de la zona costera de Marsella.

Es esta experiencia previa la que sirve de base para el proyecto COASTING, que aborda áreas con un gran valor ecológico en la que actores económicos, ecológicos y sociales, junto con las administraciones, establecen un marco de cooperación a través de un Contrato, en el que se benefician del compromiso adquirido a nivel nacional y regional a través de líneas específicas de financiación.

De esta manera, COASTING toma la metodología desarrollada en el Contrato de Bahía y la adapta, actuando a través de procesos participativos en los que los actores locales y regionales de las áreas piloto se comprometen a integrar el Contrato de Costa en la conservación y gestión del patrimonio ambiental, en relación con el desarrollo de actividades turísticas sostenibles.

Además, el proyecto también pone en valor las ventajas de este tipo de Contrato, que persigue la concentración de acciones y financiación en áreas con un gran valor ecológico, estableciendo así los primeros pasos de cara a la inclusión de este tipo de Contratos en el territorio español, al igual que ya se ha hecho en otros países como Francia o Italia.

Junto con la experiencia previa del Contrato de Bahía, COASTING también ha desarrollado su propia metodología gracias a la identificación de las experiencias previas en los territorios de origen de los socios del proyecto. Estas experiencias han sido posteriormente recopiladas y sistematizadas para la creación de un catálogo de buenas prácticas relacionadas con la gestión de las zonas costeras, aportando información sobre las experiencias de cada uno de los socios. Además, esta información está disponible en una herramienta en línea disponible al público a fin de iniciar la construcción de un sistema abierto de Wikisource dedicado a los estudios de caso de la gestión del turismo costero y sostenible. Se puede acceder a esta herramienta clicando [aquí](#).

Asimismo, COASTING no sólo favorece la definición e implementación de herramientas de gobernanza multinivel que incluyan procesos participativos en áreas piloto seleccionadas por cada socio, sino que además éstas tengan como resultado la elaboración de planes de acción o estrategias para dichas áreas y que las mismas puedan ser trasladadas al contexto regional.

De esta manera, siguiendo la metodología de los Contratos de Costa, se desarrolla un proceso participativo a través de sesiones de trabajo organizadas por los socios en las áreas pilotos identificadas, las cuales se denominan Roadshows. En estas sesiones se convocan a los actores locales con experiencia en el ámbito institucional, empresarial y social que desarrollan su actividad en la costa.

El resultado de la integración participativa de actores junto con el análisis de contexto permite crear un Plan de Acción o Estrategia para cada una de las áreas piloto estudiadas, en los cuales se proponen una serie de acciones que, planteadas en término medio por los actores y según el contexto analizado, deberían de llevarse a cabo para conseguir los objetivos estratégicos fijados.

2.1. Enfoque Regional del Contrato de Costa en Andalucía y selección de áreas piloto.

Como se ha comentado, la metodología para la elaboración del análisis y el Plan de Acción del Contrato de Costa ha estado basada en un amplio proceso de participación que implica a todos los socios, siendo el punto de partida de la misma la elección de las áreas piloto.

Las áreas piloto fueron identificadas en base a una serie de características previas consensuadas entre todos los socios involucrados. De este modo, se estableció que las áreas piloto tuvieran una ciudad de referencia de tamaño medio que fuera representativa en el ámbito territorial de cada socio; que tuviesen un papel preeminente en el entorno en el que se situaban; que fuesen enclaves estratégicos, es decir, que tuvieran una localización destacada; que contasen con un cierto desarrollo industrial; que jugaran un papel importante en el desarrollo económico del área de referencia; que contara con zona portuaria; y que estuviesen experimentando un crecimiento turístico en los últimos años.

Debido a la extensa costa con la que cuenta Andalucía, se decidió establecer dos zonas piloto que reunieran estas características, siendo una representativa de Andalucía occidental (Algeciras) y otra de Andalucía oriental (Motril).

Sin embargo, desde la FAMP se ha querido que además de trabajar sobre las áreas piloto, también se tuviese en cuenta un enfoque más regional que aglutinara una serie de medidas generales para los municipios costeros de Andalucía. Por tanto, se puede decir que se han analizado las temáticas del proyecto COASTING desde una perspectiva tanto local como regional y se ha abordado el conocimiento y uso de herramientas innovadoras de gestión integrada y participativa del turismo sostenible no sólo para que sirvan a los municipios de Algeciras y Motril sino para todos los municipios costeros andaluces.

2.2. Análisis del Contexto

El análisis del contexto debe partir de un diagnóstico y en lo que respecta al objetivo general, se debe basar en plantear una metodología de análisis capaz de abrir la reflexión y estudio en profundidad de los principales elementos de un contexto determinado; en este caso de los elementos relacionados con el desarrollo industrial, económico y turístico de las zonas costeras del ámbito geográfico andaluz.

Debemos poner de manifiesto que la metodología de investigación del área seleccionada y su definición, consiste en el análisis de los datos disponibles del territorio para poder evaluar los indicadores y, a partir de ese análisis, se podrá interiorizar en sus características y comprender su contexto, siendo posible realizar un análisis completo del mismo.

Como ya se ha indicado, para la definición de una propuesta metodológica específica, se tendrá en cuenta la experiencia del Contrato de Bahía. Por lo que, la metodología del análisis de contexto, consistirá en un análisis preliminar de las áreas de estudio y del marco regulatorio de las políticas, estrategias y herramientas relevantes sobre el turismo sostenible. A partir del análisis del contexto, se podrá analizar indicadores relacionados con el valor ecológico de las zonas costeras, su protección y gestión; la calidad y contaminación de las aguas costeras; y el cambio climático.

2.2.1. Descripción del área: análisis del contexto regional

El turismo cuenta con un gran peso en Andalucía tanto en términos de contribución al PIB regional como en términos de empleabilidad en el sector, llegando incluso a generar un efecto contagio en otros sectores y actividades económicas.

Factores como el clima, la herencia cultural, la riqueza paisajística, la variedad de la oferta o la buena relación calidad-precio constituyen las principales bazas del sector turístico andaluz. Andalucía destaca por ser la comunidad autónoma más

visitada por los turistas españoles y una de las más visitadas por extranjeros, lo que se traduce en más de 546.000 plazas de alojamiento reglado y más de 29.5 millones de visitantes.

El sector turístico andaluz representa un 13% del PIB regional y emplea a unas 385.200 personas, con un crecimiento interanual del 3.5%. La importancia de estos datos radica en que la mayor parte de los destinos suelen ser espacios costeros y ciudades monumentales, que se complementa en los últimos años con el surgimiento del turismo rural y de interior.

2.2.2. Marco regulatorio

El turismo es una actividad económica de primer orden que debe contribuir eficazmente a reducir la desigualdad y promover sociedades pacíficas e inclusivas, tal y como recoge la Carta Mundial del Turismo Sostenible +20. Igualmente, el desarrollo de políticas de turismo sostenible debe respetarse y ponerse en valor con la importancia de promover la participación plena y equilibrada de las comunidades locales.

El marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible es el **Código Ético Mundial para el Turismo**, un conjunto de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico. Está dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas, siendo su objetivo maximizar los beneficios del sector, reduciendo sus consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo.

El turismo como actividad cuenta con una serie de principios que se articulan como básicos para un turismo responsable, gracias al encuentro “Destinos Turísticos Responsables” de la Declaración de Ciudad del Cabo del año 2002. Vinculado a ello está el concepto de turismo sostenible, que prima hoy día por la acción divulgadora de organizaciones internacionales y diversos organismos. Los dos eventos internacionales organizados por la OMT: Conferencia Mundial de Lanzarote y Cumbre Mundial de Quebec, contribuyen a crear conciencia

sobre temas de desarrollo económico, conservación medioambiental, cultura y alivio de la pobreza vinculados al turismo.

Con la entrada en vigor del Tratado de Lisboa se establece una base jurídica propia que encuadra la actividad turística dentro de la Unión Europea. Este tratado especifica la necesidad de contemplar la acción de los Estados en el sector turístico, promoviendo la competitividad de las empresas de la Unión en el sector, el desarrollo sostenible turístico, el turismo social o la promoción turística.

Marco regulatorio de la Unión Europea

A nivel europeo existe la siguiente legislación en materia turística:

- **Tratado de Roma:** no contempla el turismo dentro de las actividades a las que se reserva un tratamiento común. No obstante, el crecimiento del turismo en los años setenta y la incorporación a las Comunidades Europeas de países del sur de Europa con una importante industria turística dio paso a un periodo de reflexión y debate sobre la convivencia de actividades.

En los últimos años se ha comenzado a desarrollar una serie de documentos que sirven de directrices en materia turística comunitaria. Igualmente, la UE destaca la importancia del turismo como factor de crecimiento, alertando de la necesidad de adaptarse a las nuevas circunstancias socioeconómicas.

- **Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos (CETS):** es una iniciativa de la Federación EUROPARC que tiene como objetivo global promover el desarrollo del turismo en clave de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos de Europa. La CETS es un método y un compromiso voluntario para aplicar los principios de turismo sostenible, orientando a los gestores de los Espacios Naturales Protegidos y a las empresas para definir sus estrategias de forma participada.

Marco regulatorio Nacional

Las primeras normas turísticas que se aprueban en España tienen como objetivo conformar una estructura administrativa que favorezca la promoción de España como destino turístico. La normativa turística del Estado no se aplica, sin embargo, en aquellas comunidades que han desarrollado legislación propia en materia turística. La legislación más destacada sería:

- **Plan Nacional e Integral de Turismo:** se trata de un conjunto de medidas para el periodo 2012-2015 que tenía como objetivo impulsar la competitividad de las empresas y los destinos, además de contribuir a la riqueza, empleo y bienestar de los ciudadanos.
- **Plan de Turismo Español Horizonte 2020:** establece un marco estratégico de trabajo a largo plazo para afrontar con éxito los retos del sistema turístico español. En este marco se ha diseñado el Plan del Turismo Español, que se concibe como medio para avanzar hacia la consecución de los objetivos del Turismo 2020 y que recoge en forma de programas y líneas de acción los compromisos de la Administración Turística del Estado para impulsar al sector turístico español al alcance de las metas prefijadas.

Marco regulatorio autonómico

La Constitución Española establece que las Comunidades Autónomas asuman competencias exclusivas en materia de “promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial” . Por ello, la legislación y planificación autonómica en materia de turismo está formada fundamentalmente por:

- **Ley 13/2011 del turismo de Andalucía:** se fundamenta en el artículo 71 del Estatuto de Autonomía de Andalucía, que atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo, incluyendo la ordenación, planificación y promoción del sector turístico.

La legislación turística tiene como objetivo consolidar un marco jurídico general y homogéneo del que emane toda la producción normativa en materia de turismo de la Comunidad Autónoma de Andalucía. En la Ley se establece una planificación que deberá ajustarse a las especificaciones y directrices del Plan General de Turismo de Andalucía, el instrumento básico que establece la Ley.

El fin de estos instrumentos es el de establecer políticas turísticas diferenciadas y sostenibles para los distintos territorios de los que se compone Andalucía y para los diferentes segmentos que conforman el sistema turístico regional. En este proceso es de gran importancia el establecimiento de mecanismos de colaboración y participación entre Administraciones y actores privados.

- **Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008 – 2011:** el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA) establece determinaciones dirigidas al equilibrio territorial del espacio turístico y a la correcta integración de la actividad en el conjunto del territorio. Así, el Plan General de Turismo Sostenible puede considerarse como un instrumento eficaz en el desarrollo de los contenidos turístico-territoriales del POTA. El Plan contempló, entre sus programas, un nuevo modelo de planificación turística basado en la figura de la Estrategia de Turismo Sostenible.

La Estrategia viene definida como un instrumento de planificación que se concentra en dos iniciativas: el turismo sostenible y las ciudades turísticas. Sus objetivos consisten en la estructuración de una política turística en la oferta y la demanda, además del desarrollo de estrategias y políticas turísticas que garanticen un modelo turístico sostenible desde el punto de vista social, ambiental y económico. Con todo ello se pretende desarrollar un modelo turístico competitivo basado en la calidad total, la innovación y la formación, el fortalecimiento del sector empresarial turístico y la creación de empleo, además de establecer un proceso de integración entre Planificación y Gestión.

Todos estos instrumentos sirven para el establecimiento de políticas turísticas diferenciadas y sostenibles para los distintos territorios de los que se compone Andalucía y para los diferentes segmentos que conforman el sistema turístico regional. En este proceso es de gran importancia el establecimiento de mecanismos de colaboración y participación entre las Administraciones públicas y privadas.

2.3. Proceso participativo de partes interesadas

2.3.1. Mapeo de Partes Interesadas

2.3.1.1. Descripción metodológica

La metodología del Proyecto diferencia tres procesos que, aunque no tienen que desarrollarse secuencialmente, están íntimamente imbricados. El primero de los procesos es el de **Investigación acción**, que tiene como objetivo analizar y mapear los agentes interesados en las áreas piloto objeto de intervención, además de conocer las distintas dimensiones de intereses que confluyen, para finalmente diagnosticarlas a través de una matriz de intereses e identificar los espacios de valor compartido.

El segundo de los procesos es el de **obtención del reconocimiento y apoyo social**, que será clave para llevar a cabo la metodología. Su finalidad es analizar la estructura y el proceso de influencia social en la zona de intervención, junto con el diseño, en base a ello, de acciones y herramientas para la participación social temprana y el apoyo comunitario al Plan de Acción o Estrategia.

El tercer proceso supone un esfuerzo de parte, de modo que se pueda **incorporar al ámbito de actividad, compromisos y herramientas** que hagan posible la creación de valor compartido.

El alineamiento, es decir, que la acción individual empuje en la dirección colectiva, es clave para el éxito del nuevo modelo de intervención que propone COASTING. Este proceso implica una aproximación de compromisos y acción

individual para configurar un Plan de Acción o Estrategia de creación de valor compartido y la consolidación de una gobernanza auténtica y duradera: el Contrato de Costa.

COASTING parte de la hipótesis de que la construcción de una gobernanza horizontal – vertical en torno a un acuerdo de agentes o “Contrato” , con un nuevo modelo de intervención (operativo) en el turismo sostenible, da mejores resultados que los planteamientos muy centrados en mecanismos reguladores que han primado hasta ahora.

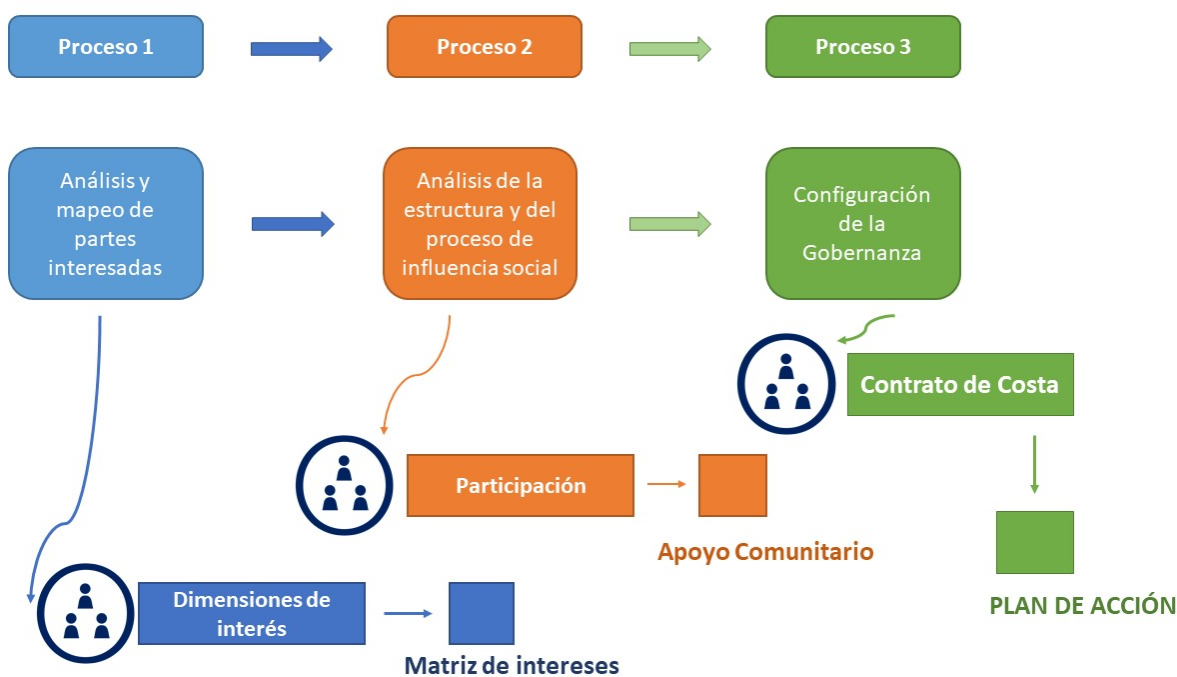


Fig 1. Descripción metodológica

Tipología de los agentes:

- Organismo público/autoridad:** Entidades públicas o entidades de autoridad, pudiendo depender de otras entidades públicas. Son ayuntamientos, consejerías, comisiones, grupos de desarrollo u otros organismos de autoridad relacionados con el turismo sostenible.

- **Organización/Asociación de apoyo empresarial:** Organismos de apoyo o asociaciones de empresarios y/o trabajadores que defienden los intereses de un colectivo profesional. Son federaciones o asociaciones de empresarios y organizaciones de un colectivo concreto en relación con el área piloto y su área de influencia.
- **Empresa privada:** Entidades comerciales con ánimo de lucro. Son empresas con actividades turísticas en el área piloto.
- **ONG/Organización sin lucro:** Organizaciones no gubernamentales o empresas y fundaciones sin ánimo de lucro.
- **Sinergias:** Otros proyectos europeos en marcha que pueden aportar, complementar y/o influenciar de manera positiva al proyecto COASTING.

2.3.1.2. Proceso participativo de partes interesadas en Andalucía.

Para la identificación de agentes se han llevado a cabo varias reuniones en las que se han identificado e incluido las instituciones u organismos interesados en el proyecto COASTING con influencia en las áreas piloto y sus áreas de influencia. Las reuniones que ha mantenido la FAMP, como coordinadora del proceso, han sido:

- **1^{er} Grupo de Trabajo: Laboratorio de turismo local:** celebrado en la Sede de la FAMP en Sevilla el 2 de octubre de 2018, donde se presentó el proyecto COASTING, el Laboratorio de Turismo como herramienta de gobernanza ante los retos del turismo local y los objetivos del laboratorio, así como las actividades enmarcadas en el proyecto europeo COASTING.
- **2^{do} Grupo de Trabajo: Roadshows de Algeciras y Motril:** se desarrollaron, en primer lugar, los roadshows de las áreas piloto seleccionadas, es decir, Algeciras y Motril. En estas sesiones de trabajo se convocaron a los actores del ámbito institucional, empresarial y social. Se

recopiló y analizó información sobre el área, así como los intereses y percepciones de los agentes, estableciendo un estado de la cuestión y dibujando un escenario de intervención que promueva el desarrollo turístico sostenible del municipio.

- **3er Grupo de Trabajo: Roadshow de Málaga:** en última instancia se celebró la sesión de trabajo regional en Málaga, donde participaron personas expertas de las administraciones públicas, ayuntamientos y representantes del sector turístico a nivel regional. A lo largo de esta sesión de trabajo se presentó el proyecto COASTING para, seguidamente, debatir en torno al estado de la cuestión en lo que respecta a las administraciones locales en Andalucía desde la perspectiva regional, así como el conocimiento y uso de herramientas innovadoras de gestión integrada y participativa del turismo sostenible.

2.3.2. Roadshows

2.3.2.1. Descripción metodológica

Los procesos de elección de las áreas piloto y el convencimiento de realizar además un diagnóstico general para los municipios costeros andaluces dieron paso al desarrollo de un proceso participativo que se basaba en la realización de **Roadshows** o seminarios itinerantes, que son sesiones de trabajo en las que se pretende mejorar la coordinación y la coherencia de los instrumentos nacionales, regionales y locales de gestión y planificación para la gobernanza de áreas costeras y el desarrollo de un turismo más sostenible.

En los Roadshows se identifican los problemas que afectan a las áreas piloto y, en general a los municipios costeros andaluces, gracias a la participación de actores locales y regionales implicados en el proceso, permitiendo establecer así grandes líneas de actuación, para las que se plasman unos objetivos y unas actuaciones concretas. Estos seminarios itinerantes permiten aportar la visión y

las preocupaciones de los actores locales y regionales, que son los que realmente desempeñan asiduamente sus labores en el área piloto y, en general en los municipios costeros andaluces, permitiendo así no sólo identificar cuáles son las principales necesidades, sino corregir el análisis de contexto realizado previamente.

La metodología seguida en los Roadshows se basa en un proceso delimitado en varios pasos. El primero de ellos consiste en un análisis previo al Roadshow, donde se seleccionan los actores clave que deben de participar en el evento. Además, se realiza un análisis de la situación del turismo en el área objetivo, basándose también en los resultados de las buenas prácticas identificadas.

Una vez realizado el análisis previo, la estructura del seminario itinerante consiste, en primer lugar, en una presentación del proyecto COASTING, en forma de introducción del evento y del rol que los expertos y actores interesados deben jugar. Posteriormente, se presentan las buenas prácticas, como ejemplos de aplicación de estrategias en otros lugares y cómo han servido para transformar el territorio. La descripción del análisis previo realizado en el área piloto se pone entonces en conocimiento de los actores locales y regionales, sirviendo como una foto fija que se distribuye a los actores y sobre la que se trabaja en base a su verdadera experiencia.

Las experiencias de los actores quedan reflejadas en las sesiones de trabajo, un total de tres, donde se vuelve a realizar un diagnóstico de la realidad del área piloto y se trabaja en los objetivos y líneas de actuación, centradas en la identificación de los principales problemas, las posibles acciones de cara a su solución y quiénes serían las Administraciones que deben de encargarse.

2.3.2.2. Proceso participativo de partes interesadas en Andalucía.

La FAMP ha organizado en territorio andaluz una sesión introductoria y 3 seminarios itinerantes (Roadshows) que han sido complementarios entre sí:

- **02 de octubre de 2018, en Sevilla:** en esta sesión introductoria se llevó a cabo la primera toma de contacto con actores y agentes del ámbito público y privado para la identificación de expertos y grupos de interés (Stakeholders). Se invitaron a representantes de los Ayuntamientos de las dos zonas piloto (Motril y Algeciras) así como de otros 13 municipios costeros de Andalucía, y también representantes de las 5 Diputaciones Provinciales andaluzas con costa, de la administración estatal y de la administración autonómica. Asimismo, también se invitaron a representantes de sindicatos y asociaciones empresariales andaluzas.
- **20 de febrero, en Algeciras / 21 de febrero, en Motril:** en estas jornadas, de carácter local, se convocó a los actores locales del ámbito institucional, empresarial y social.
- **22 de febrero, en Málaga:** en esta jornada, de carácter regional, participaron personas expertas de las administraciones públicas, ayuntamientos y representantes del sector turístico a nivel regional.

Como ya es explicado anteriormente, las áreas piloto fueron identificadas en base a una serie de características, como que fueran ciudades representativas en el ámbito territorial de Andalucía oriental y occidental, que fueran enclaves estratégicos, que cuente con un desarrollo industrial, que sea zona portuaria y que cuente con crecimiento turístico. Además, como ya se comentó, también se ha incluido en el análisis una visión regional que pueda servir en general a los municipios costeros andaluces.

2.4. Estrategia para la aplicación del Contrato de Costa para un Turismo sostenible.

La metodología desarrollada en el Contrato de Costa se erige como una guía procedimental de cara a la aplicación del propio Contrato como una herramienta mejorada de gestión integrada de espacios costeros, que es el objetivo general del proyecto COASTING. Esta metodología, como se ha comentado, relaciona los elementos ambientales destacados de las áreas piloto

con la actividad antrópica que sobre ellas se genera y crea un mecanismo gestor que engloba tanto la conservación como la actividad antrópica, generando así espacios sostenibles donde la conservación y actividades como el turismo pueden convivir sin ver comprometido su mantenimiento.

Cada uno de los socios del proyecto participa en la integración de esta metodología por medio de la producción de una Estrategia o Plan de Acción que sirve para activar un proceso participativo basado en la herramienta de gobernanza multinivel, donde agentes implicados de diferentes sectores, grupos de acción, y escalas administrativas colaboran en la recuperación y gestión integrada de zonas costeras para generar un turismo sostenible.

De acuerdo con la metodología, la Estrategia o Plan de Acción se desarrolla en cada una de las regiones participantes en el proyecto. Cada socio adopta así esta herramienta de gobernanza mejorada a través de un proceso "multi-agente para asegurar la sostenibilidad y aumentar la valorización del turismo en entornos costeros.

En el caso de Andalucía, el resultado de la integración participativa de actores en conjunto con el análisis de contexto permite crear un Plan de Acción no solo para cada una de las áreas piloto estudiadas sino también una en clave regional para los municipios costeros de Andalucía, en los cuales se proponen una serie de acciones que, planteadas en término medio por los actores y el contexto analizado, deberían de llevarse a cabo para conseguir los objetivos estratégicos.

2.5. MoU - Memorándum sobre Gestión Integrada de Zonas Costeras para un Turismo Sostenible

El propósito del Memorándum sobre Gestión Integrada de Zonas Costeras para un Turismo Sostenible es la redacción de documento formal para mejorar las acciones institucionales hacia el turismo sostenible, firmado conjuntamente por todos los socios del proyecto.

Este documento servirá de guía de conocimientos para las actividades de promoción y difusión del turismo sostenible en el litoral, a través de la creación de sinergias y mecanismos de cooperación entre todos los actores, así como para mejorar las acciones institucionales con él relacionadas.

Será un marco de colaboración para el establecimiento de puentes de interconexión entre las partes y la institucionalización de los procesos, aprovechando las sinergias entorno a un Plan de Acción común, validado previamente en todas las áreas piloto seleccionadas por los socios del proyecto. Este marco de colaboración puede ser de gran utilidad para futuras actividades de transferencia y difusión, buenas prácticas a nivel nacional y/o internacional.

3. La Estrategia para la Aplicación de un Contrato de Costa en los municipios coteros de Andalucía.

3.1. Análisis regional: Andalucía.

En Málaga, el desarrollo del Roadshow se enfocó en el Contrato de Costa como instrumento de gobernanza multinivel para el desarrollo del turismo sostenible a nivel regional, un proceso de gobernanza al servicio de los municipios costeros andaluces para un turismo más sostenible. Aquí, el objetivo principal se centró en acelerar el proceso de transferencia de prácticas, estrategias y herramientas, además de validar la metodología COASTING para la gobernanza integrada de las zonas costeras para el turismo sostenible.

3.2. Buenas practicas

El Catálogo de Buenas Prácticas es uno de los resultados de COASTING en el que se recogen las experiencias desarrolladas en los territorios de referencia de los socios del proyecto y que están vinculadas con el Contrato de Costa. De este catálogo se han seleccionado las experiencias que mejor pueden adaptarse al caso de Andalucía a nivel regional, con el objetivo de analizar cómo en otras áreas del Mediterráneo se han identificado e implementado soluciones a problemas que son comunes a todas las zonas de costa del Mediterráneo.

La primera buena práctica (CUL.TUR.A.S.) consiste en la explotación de nuevos nichos turístico, como son el turismo submarino y el ciclismo, a través de nuevos modelos para la explotación del patrimonio cultural. Se trata de un estudio transfronterizo entre Sicilia y Túnez que podría tener un paralelismo con Andalucía, ya que se trata de un proyecto transfronterizo entre el sur de Europa y el norte de África, un ámbito geográfico similar al de Andalucía y el norte de Marruecos. Es por tanto una iniciativa que podría replicarse para explorar este tipo de actividades.

La segunda buena práctica (CONSUME-LESS) se desarrolla en varios países del mediterráneo y busca reducir significativamente el consumo de energía y de agua así como la generación de residuos, todo ello vinculado a la afluencia turística. Una de las medidas más interesantes es introducción de la marca "ConsumelessMed" asignada a entidades privadas o públicas que realicen acciones de gestión sostenible. Se trata de una iniciativa a la que podrían sumarse los municipios costeros de Andalucía.

La tercera buena práctica (Guidelines for Integral Management of the Coastal Area of Dubrovnik Neretva Region) tiene su enfoque en la gestión de la zona costera de Dubrovnik-Neretva, en Croacia, basada en los principios e instrumentos de la gestión integrada de costas. Uno de sus objetivos es promover la coordinación entre las instituciones que participan en la planificación y gestión de costas. La falta de coordinación entre las administraciones fue uno de los problemas identificados en esta área, por lo que esta buena práctica es extremadamente relevante para el caso de Andalucía, en la que también podemos identificar esta problemática. Esta buena práctica se centra en el fomento de la concienciación sobre los problemas costeros y la necesidad de encontrar soluciones integrales que respeten y armonicen los intereses de todas las partes.

La cuarta buena práctica (PIMCA), desarrollada en Grecia, tiene como principal objetivo la apertura de las ciudades al mar, garantizando así la naturaleza pública de las costas, haciéndolas más atractivas y accesibles, y la eliminación de actividades incompatibles con el litoral y su carácter público. Las acciones se centraron en el desarrollo de un marco para la Gestión Integrada de Zonas Costeras y de esquemas innovadores de gobernanza multinivel, que se podrían estudiar, adaptar y adoptar a nivel andaluz.

La siguiente buena práctica (Eco Gozo) consiste en la promoción y el apoyo de proyectos que ofrezcan un mejor producto turístico durante todo el año, es decir, productos que contribuyan a la desestacionalización del turismo. Este también es uno de los objetivos que se pretende fomentar en los municipios

costeros de Andalucía, por lo que resulta interesante analizar las acciones realizadas en Malta para conseguir este fin.

Otra de las buenas prácticas es (REWETLAND), llevada a cabo en Italia. Se trata de un programa para la mejora de la calidad de las aguas superficiales del Agro Pontino, en Lazio (Italia), donde los procesos de gobernanza multinivel han sido la clave del éxito, pudiéndose transferir esta metodología para el caso de Andalucía.

La última buena práctica a analizar es el Contrato de Bahía (Bay Contract), en cuya capitalización se basa el proyecto COASTING, y que ha tenido un gran impulso debido a la ambición de los agentes locales en reducir las fuentes de contaminación marina, proteger el medio ambiente y mejorar la concienciación de la población.

A continuación, se desarrolla con mayor profundidad cada una de las buenas prácticas mencionadas:

Buena práctica N°1:

SR – 01 CUL.TUR.A.S. - CULture et TURism Actif et Soutenable

Esta buena práctica está relacionada con la cultura y el turismo activo y sostenible. Se trata de un proyecto transfronterizo realizado entre Sicilia y Túnez. A través de este proyecto piloto se buscaba identificar nuevos modelos para la explotación del patrimonio cultural, mediante la ampliación del patrimonio cultural y especialización del suministro transfronterizo de turismo en dos segmentos específicos: el turismo submarino y el ciclismo.

Los objetivos son la explotación de nuevos nichos turísticos, la construcción de un nuevo modelo de asociación entre organismos públicos y empresas privadas, el fomento de un turismo basado en la experiencia, la sensibilización a las nuevas generaciones sobre el patrimonio cultural y paisajístico y el aumento de la capacidad técnica de los operadores. Con el fin de alcanzar estas pretensiones, se realizaron acciones en Sicilia y Túnez, tales como estudios de marketing (investigación del sitio, análisis de viabilidad y selección de las rutas)

e investigación. Igualmente, se ha llevado a cabo la dinamización social y económica, a través la formación de operadores, la redacción compartida de especificaciones de productos y la creación de un "club de product". Además, se ha apostado por una fuerte promoción en el mercado nacional e internacional.

Buena práctica N°2:

SR – 02 CONSUME-LESS in Mediterranean Touristic Communities

Consume-less es una buena práctica realizada en varias comunidades turísticas del Mediterráneo (Gozo, en Malta; Vélez-Málaga, en España; Saranda, en Albania; Ragusa y Realmonte, en Italia; y Naxos, en Grecia) que, tal y como su nombre indica, busca reducir significativamente la energía, el agua y los residuos generados por la afluencia turística, específicamente en las zonas costeras y turísticas.

Lo hace a través de la definición e implementación de un modelo turístico con enfoque integrado, que incluye múltiples tipos de acciones de ahorro de energía y agua, además de medidas de prevención y gestión de residuos. Junto con ello, destaca la oferta de servicios "sin consumo" (participación de proveedores de servicios turísticos) y campañas de sensibilización y cambio de comportamiento basadas en el uso de soluciones innovadoras. Una de ellas es la introducción de la marca "ConsumelessMed", asignada a entidades privadas o públicas que realicen acciones de gestión sostenible para el ahorro de energía, agua y residuos. Asimismo, se ha creado un comité de gestión local, con la participación de entidades públicas, que desarrollan acciones e instalaciones destinadas a reducir la generación de residuos y ahorrar agua o energía, ubicadas en lugares de alta visibilidad. Estas medidas desempeñan un papel importante al comunicar a los turistas el compromiso de los municipios (campaña de sensibilización local).

Buena práctica N°3:

DUNEA – 01 The Guidelines for Integral Management of the Coastal Area of Dubrovnik Neretva Region

Estas directrices se enfocan a la gestión de la zona costera de Dubrovnik-Neretva, en Croacia, basándose en los principios e instrumentos de la gestión integrada de costas. A través de esta práctica se proporciona información adicional sobre la definición de lo que es una zona costera y se explica el proceso de gestión integrada de las zonas costeras, sus objetivos fundamentales y los beneficios que aporta su aplicación. Además, se persigue la promoción de la coordinación entre las instituciones que participan en la planificación y gestión de costas. Igualmente, se centra en el fortalecimiento de la conciencia sobre los problemas costeros y la necesidad de encontrar soluciones integrales que respeten y armonicen los intereses de todas las partes.

De esta forma, entre las acciones planteadas destacaron las dirigidas a la identificación de los principales problemas existentes en las costas del condado de Dubrovnik-Neretva, la descripción de las principales fases e instrumentos de aplicación de la gestión integral de zonas costeras, el análisis de documentos clave de desarrollo del área costera y la participación de los socios involucrados en la gestión de las zonas costeras del Condado, en la elaboración de directrices.

Buena práctica N°4: ROE-RUT - 02 Plan for the Integrated Management of the Coasts of Attika – Strategic Plan for Athens 2021 (PIMCA)

El Plan de Gestión Integrada de las Costas del Ática, en Grecia, se centra tanto en la promoción de las políticas existentes, como en el desarrollo de nuevas políticas para la protección, apertura y mejora de determinadas zonas y paisajes marítimos en relación con sus funciones diferenciadas y fisonomías particulares. El principal objetivo que se perseguían era la apertura de las ciudades al mar, garantizando así la naturaleza pública de las costas, para hacerlas más atractivas y accesibles para los turistas. Además, también perseguía la eliminación de actividades incompatibles con el litoral y su carácter público, dando lugar a un

modelo de turismo sostenible y a la creación de planes de regeneración del paisaje costero.

Las acciones realizadas en esta buena práctica comenzaron con el análisis del estado del frente marítimo, la identificación de las diferentes zonas especiales y su potencial, el registro y evaluación de las posibles intervenciones. Posteriormente, las acciones se centraron en el desarrollo de un marco para la Gestión Integrada de Zonas Costeras, el establecimiento de espacios públicos en el frente marítimo y de playas públicas gratuitas, el desarrollo del transporte marítimo de cara al establecimiento de conexiones y, por último, el desarrollo de esquemas innovadores de gobernanza multinivel.

Buena práctica N°5:

GDA - 01 Eco Gozo. A vision for an eco-island

Eco-Gozo es una buena práctica centrada en una visión de eco-isla, la Isla de Gozo, en Malta, basada en el establecimiento de políticas, aportes académicos y apoyo y participación de las bases. Los principales objetivos perseguidos eran los de promover la inversión en calidad, permitiendo la consecución de puestos de trabajo más sostenibles, lograr una sociedad que ejerza menos presión sobre el Medio Ambiente, mejorar el entorno natural y cultural y, por último, mantener la identidad de la isla dentro de un entorno turístico.

Las acciones realizadas consistieron en la promoción y el apoyo de proyectos que ofrecieran un mejor producto turístico durante todo el año, no sólo en los meses de verano. También se trabajó en la mejora de las instalaciones de interpretación en los edificios patrimoniales, campañas de promoción de Gozo como destino de cruceros y el apoyo a la organización de festivales como el Festival Internacional de Folklore o la Ópera de Gozo, entre otras.

Buena práctica N°6:

LR – 01 REWETLAND – a wide-area programme for improving the quality of surface water in the Agro Pontino by means of natural purification techniques

Se trata de un programa de amplio alcance para la mejora de la calidad de las aguas superficiales del Agro Pontino, en Lazio (Italia), mediante técnicas de depuración natural y la introducción de un sistema de depuración natural difuso. Para ello, fueron implementados proyectos piloto y se elaboró una innovadora herramienta de planificación de grandes áreas denominada "Programa Integrado de Restauración Ambiental de Agro Pontino".

En este caso los procesos de gobernanza multinivel han sido la clave de su éxito, y a partir de los resultados del proyecto la Provincia de Latina promovió tres Contratos de Río del Agro Pontino: Cavata-Linea Pio, Lago de Paola, Amaseno, Sisto-Ufente.

Buena práctica N°7:

AMP - 01 Bay Contract

Se trata de la puesta en práctica del Contrato de Costa en el área de Marsella, el cual se ha denominado Contrato de Bahía (Contrat de Baie) por desarrollarse principalmente en la Bahía de Marsella. Este contrato ha tenido un gran impulso debido a la ambición de los agentes locales de mejorar la calidad de las aguas de baño y los entornos costeros bajo la responsabilidad de la Comunidad Urbana de Aix-Marsella-Provenza, ampliado para cubrir Saint-Cyr-sur-Mer, en el este; y Martigues, en el oeste. Sus objetivos principales persiguen la reducción de las fuentes de contaminación marina, la protección del medio ambiente y la concienciación de la población.

Para ello, las acciones realizadas han estado encaminadas a la lucha contra la contaminación doméstica, natural, portuaria e industrial. Igualmente, se hizo un seguimiento ecológico específico del área, llevándose a cabo una coordinación entre los gestores costeros. Asimismo, se realizaron otras acciones relacionadas

con la restauración de cursos de agua y de espacios naturales, la ingeniería ecológica, la creación de observatorios, la coordinación de balizas y fondeaderos costeros y el desarrollo, implementación y monitoreo de arrecifes artificiales. Además, se realizaron estudios y acciones específicas, junto con el desarrollo de una estrategia de información y sensibilización.

3.3. Análisis del contexto regional andaluz.

El turismo cuenta con un gran peso en Andalucía tanto en términos de contribución al PIB regional como en términos de empleabilidad en el sector, llegando incluso a generar un efecto contagio en otros sectores y actividades económicas.

Factores como el clima, la herencia cultural, la riqueza paisajística, la variedad de la oferta o la buena relación calidad-precio constituyen las principales bazas del sector turístico andaluz. Andalucía destaca por ser la comunidad autónoma más visitada por los turistas españoles y una de las más visitadas por extranjeros, lo que se traduce en más de 546.000 plazas de alojamiento reglado y más de 29.5 millones de visitantes.

El sector turístico andaluz representa un 13% del PIB regional y emplea a unas 385.200 personas, con un crecimiento interanual del 3.5%. La importancia de estos datos radica en que la mayor parte de los destinos suelen ser espacios costeros y ciudades monumentales, que se complementan en los últimos años con el surgimiento del turismo rural y de interior.

3.3.1. Marco Regulatorio

En relación con el marco regulatorio del turismo sostenible, cabe decir que, en el marco de la UE, se trata de un ámbito poco desarrollado directamente por las políticas europeas, si bien se han producido una serie de documentos que pueden aportar directrices básicas de lo que podría denominarse una política turística comunitaria.

Por su parte, a nivel nacional existen normas turísticas que tienen como objetivo conformar una estructura administrativa que favorece la promoción de España como destino turístico. La Constitución Española, en su capítulo III, concretamente en el artículo 148, establece que las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en varias materias, y entre ellas, se encuentra, la promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial.

Así, en el caso de la Comunidad Autónoma andaluza, se ha aprobado la Ley 13/2011 del Turismo en Andalucía, la cual se fundamenta en el artículo 71 del Estatuto de Autonomía para Andalucía. Este artículo atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo, que incluye, en todo caso, la ordenación, la planificación y la promoción del sector turístico. Por su parte, el artículo 37.1. 14.º del Estatuto de Autonomía para Andalucía establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma el fomento del sector turístico.

Además, hay otros planes relacionados con el turismo sostenible en la costa andaluza que han sido tenidos en cuenta en la realización de esta estrategia, tales como: la Estrategia andaluza de Gestión Integrada de Zonas Costeras, el Plan de Medio Ambiente de Andalucía, la Agenda 21 Andalucía, el III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020, el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía, las Directrices regionales del litoral de Andalucía y la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía.

3.4. Proceso Participativo de partes interesadas a nivel regional.

La metodología está basada en un amplio proceso participativo, que se apoya del análisis científico del área de acción, por medio de un estudio del contexto en el que se enmarcan los municipios costeros andaluces. Junto con ello, se realiza un exhaustivo análisis de la normativa que afecta al espacio, de forma que sea posible conocer las regulaciones a las que se ve sometido.

Como se ha comentado, el proceso participativo consiste en la realización de un seminario itinerante (Roadshow), para el cual se convoca a los actores locales y regionales con experiencia en el ámbito institucional, empresarial y social.

El principal objetivo de este seminario no es otro que mejorar la coordinación y la coherencia de los instrumentos nacionales, regionales y locales de gestión y planificación para la gobernanza de áreas costeras y el desarrollo de un turismo más sostenible. En sí, las preocupaciones e inquietudes de los actores, que son los que experimentan la realidad de la costa andaluza, se pone en colación con el análisis de contexto realizado previamente, para así conocer cuáles son los aspectos diferenciales que no se tienen en cuenta y que deberían de incluirse.

En el caso regional analizado en Málaga, participaron en el Roadshow realizado en la Sede de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía (Junta de Andalucía) el día 22 de febrero de 2019, dieciséis personas procedentes de distintos organismos y colectivos relacionados con el turismo a escala regional. Se han visto representados los siguientes colectivos:

- Ayuntamiento de Málaga
- Ayuntamiento de Vélez – Málaga
- Ayuntamiento de Torremolinos
- Ayuntamiento de Motril
- Ayuntamiento de Algeciras
- Turismo y Planificación Costa del Sol
- Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía
- Clúster Marítimo de Andalucía
- Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN – MED)
- European Topic Center, University of Malaga (ETC – UMA)
- Ecoembes
- SEGITTUR
- Comisiones Obreras – Andalucía

El Roadshow se articula en tres sesiones principales, en las cuáles la primera de ellas tiene como objetivo principal la identificación de las problemáticas

fundamentales del ámbito regional de la costa andaluza desde el punto de vista de la gestión de espacios costeros con un alto valor ambiental que se ven sometidos a presiones antrópicas, principalmente a la creciente actividad turística.

Así, en esta **primera sesión** los diferentes actores, conformados en dos grupos de trabajo, identificaron las principales problemáticas y las han agrupado en siete grandes líneas de actuación. Estas fueron el resultado de los planteamientos de cada uno de los actores, los cuáles definieron las problemáticas de acuerdo con su entorno o coyuntura más cercana, siendo los principales planteamientos relacionados con:

1. Capacidad de carga, en relación con la masificación de los destinos.
2. Estacionalidad/precariedad/economía sumergida.
3. Descoordinación multinivel y compromiso.
4. Contaminación.
5. Educación, tanto medioambiental como la centrada en la cualificación y retribución.
6. Expolio, con la falta de aplicación de la protección del patrimonio cultural y natural.
7. Destinos atractivos/desactualización de destinos.

Una vez identificadas las problemáticas, se planteó una ronda de intervenciones en la que los actores identificaban cuáles eran las principales soluciones a las problemáticas identificadas previamente. De esta forma, en la **segunda sesión** de trabajo lo que se planteó fueron objetivos, medidas y acciones que pudiesen desarrollarse para plasmar soluciones a esos retos y problemáticas. Tal como en la sección de trabajo anterior, cada una de estas soluciones se incorporó en uno de los puntos mencionados anteriormente

En la **tercera sesión**, y teniendo los problemas identificados y las soluciones planteada, se intentó presentar una base integrada para la puesta en marcha del Contrato de Costa, contestando a las preguntas de quién debería poner en

marcha las soluciones dentro de cada línea de actuación, cuánto tiempo sería necesario para implementarlo y cuál su coste aproximado.

3.5. Estrategia para la aplicación del Contrato de Costa a nivel regional.

3.5.1. Plan de Acción Regional.

El resultado de la integración participativa de actores junto con el análisis de contexto permite crear un Plan de Acción para el área estudiada, en el cual se proponen una serie de acciones que, planteadas en término medio por los actores y el contexto analizado, deberían de llevarse a cabo para conseguir los objetivos estratégicos.

La aplicación del Plan de Acción persigue la creación de un compromiso entre todas las partes, teniendo en cuenta que todas las acciones son voluntarias, pero sabiendo también que su aplicación generaría un beneficio general para los municipios costeros andaluces y a toda su ciudadanía. De esta forma, se propone:

- La participación de agentes locales y comités de trabajo y seguimiento, para ejecutar el Plan de Acción.
- El desarrollo de consultas y diálogos entre la ciudadanía, los agentes económicos y sociales, las organizaciones civiles y las autoridades e instituciones competentes.
- Impulsar y facilitar el desarrollo de las actuaciones del Plan de Acción.
- Mantener los mecanismos de coordinación necesarios para llevar a cabo las actuaciones recogidas en el Plan de Acción.

Las actuaciones incluidas en el Plan de Acción del Contrato de Costa se han realizado teniendo en cuenta las motivaciones y preocupaciones de los agentes involucrados en conjunto con el análisis científico del contexto en el que se enmarca la costa andaluza. A través de la implementación de las actuaciones del Plan de Acción se pretenden conseguir los objetivos establecidos.

En base a esto se han determinado las siguientes operaciones con el objetivo de acelerar el proceso de transferencia de prácticas, estrategias y herramientas, además de validar la metodología COASTING para la gobernanza integrada de las zonas costeras para el turismo sostenible, a través del análisis de los principales problemas y oportunidades del turismo a nivel regional en Andalucía, tomando los municipios costeros andaluces como eje de actuación.

PROBLEMAS ESTRATÉGICOS	EJES DE ACTUACIÓN	OBJETIVOS	ACCIONES
<p>PE1. Masificación de destinos, en detrimento del bienestar de la población local, la experiencia turística del visitante y la calidad del empleo.</p> <p>PE 2. Problemáticas vinculadas a una visión cortoplacista del turismo, las cuales implican una visión tradicional del turismo, que se fundamenta en la cantidad por encima de la calidad, y la absorción de la mayor cantidad posible de turistas.</p> <p>PE 3. Estacionalidad turística que, junto a la masificación del turismo, afecta a la creación y mantenimiento de un empleo de calidad.</p> <p>PE 4. La formación de los trabajadores no es tenida en cuenta ni valorada por los empleadores en el sector turístico</p>	<p>EA1. EDUCACIÓN TURÍSTICA.</p> <p>Capacidad de carga;</p> <p>Estacionalidad, precariedad y economía sumergida;</p> <p>Desactualización de destinos;</p> <p>Educación.</p>	<p>01. Definir una relación óptima entre el número de turistas y calidad del servicio que se les puede prestar, sin afectar al bienestar de la población local.</p> <p>02. Diversificar el flujo turístico a lo largo de todo el año y favorecer la competitividad turística de espacios de interior.</p> <p>03. Apostar por el turismo sostenible de calidad, ayudando a respetar y valorar a los trabajadores en relación con su formación y capacidades.</p> <p>04. Fomentar una formación diversificada y de calidad, para reducir la precariedad laboral.</p>	<p>A1. Establecimiento de tablas de cargas, para definir el número óptimo de visitantes que se pueden absorber.</p> <p>A2. Favorecer el turismo en temporada baja.</p> <p>A3. Reposicionar la marca global, a través de alianzas que ayuden en la apuesta por un turismo justo e innovador.</p> <p>A4. Desarrollar jornadas informativas, como principal medida para fomentar el conocimiento del turismo sostenible.</p> <p>A5. Crear y potenciar cursos de formación en el sector turístico, valorizando la formación medioambiental, como forma de mejorar la gestión de los recursos y de la calidad del empleo.</p>

<p>PE 5. Descoordinación a nivel de la gestión competencial de los usos del territorio.</p> <p>PE 6. Falta de alianzas territoriales en el ámbito del turismo, debido a la idea equivocada de que cada municipio debe apostar únicamente por su propia promoción turística.</p>	<p>EA2. EA. GOBERNANZA MULTINIVEL.</p> <p>Descoordinación multinivel y compromiso</p>	<p>05. Estimular y aumentar la participación de la empresa privada en las inversiones turísticas.</p>	<p>A6. Desarrollo de alianzas de turismo justo y subvenciones a empresas privadas para aumentar su participación, como solución a problemas de rentabilidad y diversificación de actividades.</p>
<p>PE 7. Exceso de residuos generados por la actividad turística en los distintos destinos, principalmente visible en el caso de los plásticos.</p>	<p>EA3. PROGRAMACIÓN AMBIENTAL.</p> <p>Reducción de la contaminación.</p>	<p>06. Evitar situaciones de colapsos de los servicios de recogida municipales en época alta.</p> <p>07. Reducir la contaminación de las playas por medio de la formación.</p>	<p>A7. Participación del sector hotelero en la gestión de los residuos.</p> <p>A8. Realizar actividades de concienciación en relación con la importancia de la reducción de la contaminación.</p>
<p>PE 8. Pérdida del patrimonio cultural y natural producido por la falta de aplicación de medidas de protección del patrimonio.</p>	<p>EA4. EA. GESTIÓN DE RECURSOS NATURALES Y PATRIMONIALES</p> <p>Expolio</p>	<p>08. Proteger el patrimonio y evitar su deterioro y desmantelamiento.</p>	<p>A9. Instauración de una ecotasa para hoteles,</p> <p>A10. Desarrollo de un Plan de Conservación del Litoral Andaluz.</p>

3.5.2. Fichas de actuaciones

A1. Establecimiento de tablas de cargas, para definir el número óptimo de visitantes que se pueden absorber.	
Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA1. EDUCACIÓN TURÍSTICA. <i>(Capacidad de carga; Estacionalidad, precariedad y economía sumergida; Desactualización de destinos; Educación).</i>
Objetivos	1º. Definir una relación óptima entre el número de turistas y calidad del servicio que se les puede prestar, sin que el bienestar de la población local se vea afectado.
Tipo de Operación	<input type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input type="checkbox"/> Promoción <input checked="" type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Actividades económicas y turísticas
<u>Contexto y descripción de la operación</u>	
<p>Contexto:</p> <p>Durante los últimos años, con el espectacular aumento de los flujos turísticos asociados a lo que se viene denominando "turismo cultural" , se ha puesto de manifiesto que son muchos y muy graves los problemas que la afluencia turística masiva empieza a generar sobre determinados recursos turístico-culturales.</p> <p>En la costa andaluza se está verificando a día de hoy una masificación de destinos, en detrimento del bienestar de la población local, la experiencia turística del visitante y la</p>	

calidad del empleo. Desde el punto de vista de la capacidad de carga, el principal problema está relacionado con el deseo actual de aumentar cada vez más la cantidad de turistas, lo que fomenta aglomeraciones y un consecuente deterioro de la experiencia vacacional y turística del visitante.

Además, también se puede establecer una clara relación entre los efectos negativos de la saturación turística y la calidad de vida de la población local, que ve afectado su entorno y sus necesidades debido a la adaptación de los negocios al turismo. Esta adaptación, además, genera un empleo de mala calidad y repercute en el bienestar social.

Descripción de la acción:

Teniendo en cuenta que la determinación de la capacidad de carga es una herramienta de planificación, se plantea la posibilidad de incorporarla en planes, microsegmentos o sistemas de indicadores integrados que permitan establecer un control de la afluencia de turistas en los destinos.

En líneas generales, para el grupo de problemáticas relacionadas con la capacidad de carga, se planteó una línea de actuación consistente en el desarrollo de una tabla de cargas. Este control ayudaría a repercutir en una mayor calidad de vida de los vecinos, un mayor disfrute de la experiencia turística por parte del visitante y una mayor calidad en el empleo turístico.

Cronología indicativa	Medio plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	< 100.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A2. Favorecer el turismo en temporada baja.	
Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA1. EDUCACIÓN TURÍSTICA. <i>(Capacidad de carga; Estacionalidad, precariedad y economía sumergida; Desactualización de destinos; Educación).</i>
Objetivos	<p>2º. Diversificar el flujo turístico a lo largo de todo el año y favorecer la competitividad turística de espacios de interior a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La diversificación de la actividad turística, aprovechando de manera sostenible el conjunto de recursos endógenos del territorio. - La potenciación de actividades que posibiliten un desarrollo sostenible durante todo el año: actividades náuticas, buceo, equitación, senderismo, cicloturismo, etc.
Tipo de Operación	<input type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input type="checkbox"/> Calidad ambiental <input checked="" type="checkbox"/> Empleo <input checked="" type="checkbox"/> Promoción <input type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Actividades económicas y turísticas
<p><u>Contexto y descripción de la operación</u></p> <p>Contexto:</p> <p>En la actualidad el turismo en la costa andaluza se centra casi exclusivamente en los</p>	

núcleos urbanos y en la franja litoral, no existiendo un desarrollo ni un aprovechamiento de los recursos endógenos del territorio. La buena gestión de estos recursos naturales y patrimoniales podría ayudar a mitigar los efectos de la fuerte estacionalidad en los meses estivales, integrando y potenciando otros productos turísticos.

Pero la realidad es que a día de hoy hay una visión cortoplacista del turismo en la costa andaluza, que genera problemas relacionados con una idea tradicional del turismo fundamentado en la cantidad por encima de la calidad y cuya aspiración es la absorción de la mayor cantidad de turistas posibles.

Descripción de la acción:

La acción se basa en la diversificación de la actividad turística, aprovechando de manera sostenible el conjunto de recursos endógenos del territorio.

Para ello, se plantea potenciar actividades que posibiliten un desarrollo sostenible durante todo el año, tales como pueden ser las actividades náuticas, el buceo, la equitación, el senderismo, el ciclo turismo, e incluso la puesta en valor de la agricultura como un producto turístico potente.

Cronología indicativa	Medio plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	< 100.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A3. Reposicionar de la marca global, a través de alianzas que ayuden en la apuesta por un turismo justo e innovador.

Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA1. EDUCACIÓN TURÍSTICA. <i>(Capacidad de carga; Estacionalidad, precariedad y economía sumergida; Desactualización de destinos; Educación).</i>
Objetivos	2º. Diversificar el flujo turístico a lo largo de todo el año y favorecer la competitividad turística de espacios de interior.
Tipo de Operación	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input checked="" type="checkbox"/> Promoción <input type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Actividades económicas y turísticas

Contexto y descripción de la operación

Contexto:

En los últimos años multitud de destinos han apostado por la creación de marcas turísticas propias que, bien por sí solas o enmarcadas dentro de otros espacios turísticos, reúnen unas características, impresiones y experiencias que permiten al turista identificar estos destinos como destinos diferenciales.

Los proyectos de ciudad que incluyen un modelo turístico suelen incorporar la creación de marcas turísticas que ayuden a estructurar aquello que se quiere vender, de forma que se establezcan unas prioridades en materia de turismo que puedan ser

llevadas a cabo paso a paso. Todas esas marcas turísticas podrían unirse a través de alianzas que permitiesen potenciar una marca global relativa al turismo sostenible en la costa andaluza.

Descripción de la acción:

Reposicionamiento de la marca global, y su inclusión en los proyectos y espacios turísticos y culturales a nivel regional. Se apostaría por la incorporación de esta marca en los eventos y en las diferentes ofertas.

Cronología indicativa	Medio plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	100.000 € - 500.000 €
Fuentes de Financiación	Autonómica. Nacional.

A4. Desarrollar jornadas, como principal medida para fomentar el conocimiento del turismo sostenible.

Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA1. EDUCACIÓN TURÍSTICA. (<i>Capacidad de carga; Estacionalidad, precariedad y economía sumergida; Desactualización de destinos; Educación</i>).
Objetivos	2º. Diversificar el flujo turístico a lo largo de todo el año y favorecer la competitividad turística de espacios de interior. - Realizar jornadas informativas sobre el turismo sostenible en el área de la costa andaluza. - Reducir la estacionalidad turística.
Tipo de Operación	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input type="checkbox"/> Promoción <input type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Actividades económicas y turísticas

Contexto y descripción de la operación

Contexto:

En la actualidad, se observa que hay poco conocimiento sobre el turismo sostenible dentro del sector turístico en la costa andaluza. Paralelamente, también se observa que cada vez hay más demanda de alternativas turísticas respetuosas con el medio ambiente.

Descripción de la acción:

La acción consistiría en fomentar productos turísticos relacionados con el turismo ecológico-sostenible. Esto se haría a través de organización de jornadas.

Cronología indicativa	Corto plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	< 100.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A5. Crear y potenciar cursos de formación en el sector turístico, valorizando la formación medioambiental, como forma de mejorar la gestión de los recursos y de la calidad del empleo.

Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	<p>Ayuntamientos</p> <p>Diputaciones provinciales</p> <p>Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía</p>
Eje de Actuación	EA1. EDUCACIÓN TURÍSTICA. <i>(Capacidad de carga; Estacionalidad, precariedad y economía sumergida; Desactualización de destinos; Educación).</i>
Objetivos	<p>3º. Apostar por el turismo sostenible de calidad, ayudando a respetar y valorar a los trabajadores en relación con su formación y capacidades.</p> <p>4º. Fomentar una formación diversificada y de calidad, para reducir la precariedad laboral.</p>
Tipo de Operación	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input type="checkbox"/> Promoción <input type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Actividades económicas y turísticas

Contexto y descripción de la operación

Contexto:

El desarrollo turístico de la costa andaluza se ve a menudo condicionado por la poca oferta disponible de actividades distintas al turismo de sol y playa, además de la una promoción deficiente del patrimonio cultural y natural como alternativa turística en este ámbito. Esta cuestión afecta directamente a la generación de empleo estable y de calidad. Además, la estacionalidad de la demanda turística, la cual se concentra

únicamente en los meses estivales, conlleva una baja calidad del servicio ofrecido, resultado de la falta de profesionalización de los trabajadores del sector que se debe esencialmente a la precariedad del empleo turístico.

La falta de visión de futuro en el ámbito turístico, lleva a que se repitan modelos obsoletos caracterizados por la baja calidad y la poca sostenibilidad, y que sea difícil mejorar e invertir. La baja calidad tanto de la oferta turística como del empleo en este ámbito implica que la población en general no lo vea como una buena opción de trabajo.

El turismo es una actividad que debe contribuir eficazmente a reducir la desigualdad y promover sociedades pacíficas e inclusivas.

Descripción de la acción:

La acción se centra en la mejora de las condiciones de los profesionales del sector a través de la formación, posibilitando la creación de un empleo más estable y de mejor calidad. Para ello, se propone la implementación y potenciación de cursos preparatorios relacionados con el turismo sostenible.

Estos programas de formación tienen como fin la formación de profesionales de calidad que mejore la calidad general de la oferta turística y por consiguiente los modelos de inversión. De esta forma se pueden optar por nuevos tipos de actividades no basadas únicamente en el turismo de sol y playa, que tenga un efecto reductor en la estacionalidad turística y que saquen partido a los recursos naturales y patrimoniales del entorno.

Con esta medida sería incluso posible aumentar la integración social, factor humano que permite un desarrollo sostenible del turismo.

Cronología indicativa	Medio plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	100.000 € - 500.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A6. Desarrollo de alianzas de turismo justo y subvenciones a empresas privadas para aumentar su participación, como solución a problemas de rentabilidad y diversificación de actividades.

Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA2. EA. GOBERNANZA MULTINIVEL. <i>(Descoordinación multinivel y compromiso)</i>
Objetivos	5º. Estimular y aumentar la participación de la empresa privada en las inversiones turísticas,
Tipo de Operación	<input type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input checked="" type="checkbox"/> Promoción <input checked="" type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Actividades económicas y turísticas

Contexto y descripción de la operación

Contexto:

En el caso de la descoordinación multinivel y de compromiso, se identificaron problemas relacionados con la gestión de las competencias en relación con los usos del territorio. El ejemplo que se comentó fue el de Motril, donde en pocos kilómetros intervienen los usos agrícolas, industriales y turísticos. Esa situación se vive en otros muchos municipios costeros de Andalucía.

Este problema deriva también de la poca dedicación al turismo de muchas zonas costeras de Andalucía, surgida de la idea de que cada municipio debe desarrollar un departamento turístico y apostar por el turismo, pero muchos de éstos no apuestan decididamente por él, lo que genera este tipo de conflictos territoriales.

Descripción de la acción:

En el grupo de problemáticas relacionadas con la descoordinación multinivel y de compromiso, los actores plantearon la necesidad de aumentar la participación de la empresa privada en las inversiones turísticas, desarrollando también alianzas de turismo justo y subvenciones. El aumento de la participación de la empresa privada evitaría los problemas de rentabilidad relacionados con los intentos extremos de diversificación de actividades, donde la apuesta por el turismo nunca es decidida y queda segregada de la realidad económica de los municipios.

Cronología indicativa	Medio plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	100.000 € - 500.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A7.Participación del sector hotelero en la gestión de los residuos.	
Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA3. PROGRAMACIÓN AMBIENTAL. (Reducción de la contaminación.)
Objetivos	6º. Evitar situaciones de colapsos de los servicios de recogida municipales en época alta.
Tipo de Operación	<input type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input checked="" type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input type="checkbox"/> Promoción <input type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Concienciación sobre el medioambiente
<p><u>Contexto y descripción de la operación</u></p> <p>Contexto:</p> <p>En relación con la contaminación, se advirtieron una serie de problemas como el exceso de residuos generados por la actividad turística en los destinos, principalmente visible en el caso de los plásticos.</p> <p>Se comentó también, en este apartado, el caso específico del Puerto de Algeciras, actividad que genera un importante impacto ambiental en la Bahía de Algeciras y contribuye al deterioro medioambiental de la zona anexa. Esta situación se da también en otras zonas de la costa andaluza.</p> <p>Descripción de la acción:</p> <p>En el caso de las problemáticas relacionadas con la contaminación, se plantea la necesidad de establecer la gestión de residuos por parte de los hoteles, evitando así</p>	

colapsos de los servicios de recogida municipales.	
Cronología indicativa	Corto plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	< 100.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A8. Realizar actividades de concienciación en relación con la importancia de la reducción de la contaminación.

Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA3. PROGRAMACIÓN AMBIENTAL. (Reducción de la contaminación.)
Objetivos	7º. Reducir la contaminación de las playas por medio de la formación.
Tipo de Operación	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input checked="" type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input type="checkbox"/> Promoción <input type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Concienciación sobre el medioambiente

Contexto y descripción de la operación

Contexto:

En lo referente a la educación y sensibilización ambiental, la Administración pública debe ser ejemplo de una gestión sostenible de los recursos y del cuidado del Medio Ambiente. Por ello, se antoja fundamental concienciar a los trabajadores públicos sobre la educación ambiental, de forma que puedan desarrollar prácticas diarias que contribuyan a una gestión más concienciada de los recursos.

En sí, la importancia de los proyectos de educación ambiental radica en formar a una población consciente y preocupada por el medio ambiente y sus problemas, que posea conocimientos, aptitudes, actitudes, motivaciones y un compromiso necesario para participar individual y colectivamente en la solución y prevención de los problemas ambientales.

A día de hoy se puede verificar por toda la costa andaluza la existencia de exceso de residuos generados por la actividad turística, principalmente visible en el caso de los plásticos.

Descripción de la acción:

La acción se llevaría a cabo por medio del desarrollo de proyectos de educación ambiental centrado en el uso de recursos y materiales sostenibles y la reducción de todos aquellos materiales que no sean imprescindibles desde el punto de vista de su uso cotidiano.

A título de ejemplo, se plantea implementar actividades de concienciación relacionadas con el uso de plásticos, o incluso con las colillas en las playas. El fomento de la educación en estos ámbitos permitirá conseguir entornos naturales más limpios.

Cronología indicativa	Corto plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	< 100.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A9. Instauración de una Ecotasa para hoteles.	
Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía
Eje de Actuación	EA4. GESTIÓN DE RECURSOS NATURALES Y PATRIMONIALES (Expolio)
Objetivos	8º. Proteger el patrimonio y evitar su deterioro y desmantelamiento.
Tipo de Operación	<input type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input checked="" type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input type="checkbox"/> Promoción <input checked="" type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Concienciación sobre el medioambiente
<p><u>Contexto y descripción de la operación</u></p> <p>Contexto:</p> <p>La Ecotasa es un impuesto o tasa turística que emplean algunos organismos públicos (ayuntamientos, comunidades autónomas, etc.) como fuente de financiación destinada a la promoción turística o a la preservación del medio ambiente. En estos momentos, esta tasa es una práctica muy extendida en hoteles de toda Europa, permitiendo que el dinero que el turista aporta mediante el pago de esta tasa por pernoctar en los hoteles se revierta de forma positiva en los propios turistas y en las zonas turísticas, así como en la protección del territorio y del medioambiente.</p> <p>Descripción de la acción:</p> <p>Se propone instaurar esta Ecotasa en los hoteles de la costa andaluza.</p>	

Cronología indicativa	Corto plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	< 100.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

A10. Desarrollo de un Plan de Conservación del Litoral Andaluz.	
Entidad Promotora	Junta de Andalucía
Actores técnicos involucrados: Organizaciones que están involucradas en el desarrollo y/o implementación de la acción y su rol	Ayuntamientos Diputaciones provinciales Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía
Eje de Actuación	EA4. GESTIÓN DE RECURSOS NATURALES Y PATRIMONIALES (Expolio)
Objetivos	8º. Proteger el patrimonio y evitar su deterioro y desmantelamiento.
Tipo de Operación	<input type="checkbox"/> Comunicación/Sensibilización <input checked="" type="checkbox"/> Calidad ambiental <input type="checkbox"/> Empleo <input type="checkbox"/> Promoción <input checked="" type="checkbox"/> Gobernanza <input type="checkbox"/> Infraestructuras
Indicador	Concienciación sobre el medioambiente
<p><u>Contexto y descripción de la operación</u></p> <p>Contexto:</p> <p>Se han identificado una serie de problemáticas concretas al largo de toda la costa andaluza relacionadas con la pérdida de patrimonio cultural y natural producido por la falta de aplicación de la protección del patrimonio subacuático.</p> <p>Descripción de la acción:</p> <p>La acción se basa en el desarrollo un Plan de Conservación del Litoral Andaluz. El objetivo es proteger el patrimonio costero andaluz, contribuyendo así a evitar su deterioro y desmantelamiento.</p>	
Cronología indicativa	Medio plazo
Presupuesto previsto (Importes sin IVA)	100.000 € - 500.000 €
Fuentes de Financiación	Local. Autonómica.

